

# MASTER

## Mention : Langues et commerce international

### Résumé du référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Développement international de grandes organisations ou de PME</li> <li>- Elaboration et mise en œuvre de la stratégie marketing internationale</li> <li>- Administration des ventes à l'export</li> <li>- Montage et gestion de projets internationaux</li> <li>- Négociation commerciale en contexte international</li> <li>- Communication multilingue</li> </ul>	<p><i>Compétences transversales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention</li> <li>- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine</li> <li>- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale</li> <li>- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines</li> <li>- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines</li> <li>- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux</li> <li>- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation</li> <li>- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation</li> <li>- Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère</li> <li>- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles</li> <li>- Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe</li> <li>- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif</li> </ul>	<p>Les modalités du contrôle permettent de vérifier l'acquisition de l'ensemble des aptitudes, connaissances, compétences et blocs de compétences constitutifs du diplôme. Ces éléments sont appréciés soit par un contrôle continu et régulier, soit par un examen terminal, soit par ces deux modes de contrôle combinés. Chaque ensemble d'enseignements à une valeur définie en crédits européens (ECTS). Pour l'obtention du grade de Master, une référence commune est fixée correspondant à l'acquisition de 120 crédits ECTS au-delà du grade de licence.</p>

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité</li> <li>- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité sociale et environnementale</li> <li>- Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles</li> </ul> <p><i>Compétences spécifiques</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Effectuer une veille concurrentielle, technique, réglementaire des marchés internationaux visés afin d'anticiper et d'analyser les évolutions du marché pour identifier les opportunités/menaces et appréhender leurs impacts sur l'activité commerciale de l'entreprise</li> <li>- Contribuer à la construction et à la mise en œuvre d'un plan marketing stratégique à l'international en prenant en compte les couples marchés-produits dans la politique commerciale internationale de l'entreprise</li> <li>- Définir et soumettre à sa direction un plan d'actions stratégique de développement à l'international en proposant des arbitrages sur les modalités d'implantation en termes de structure (exportation, implantation de filiale, acquisition, partenariat), de ressources (management des RH internationales, conditions d'expatriation), de process (organisation des relations siège - filiale, logistique, production)</li> <li>- Contribuer au développement de la performance commerciale à l'international en définissant les objectifs de performances économiques, en analysant les résultats des actions menées et en proposant le cas échéant d'éventuelles actions correctives</li> <li>- Définir des pratiques de gestion adaptées en élaborant et en mettant en place les procédures de gestion des activités internationales, au siège au siège ou dans les filiales de groupes</li> <li>- Gérer les relations partenariales avec les fournisseurs, les clients, ou les entreprises partenaires et en tenant compte de la double nécessité d'harmoniser et d'optimiser les pratiques du groupe et de s'adapter aux différents contextes nationaux</li> <li>- Planifier des projets en logistique et transport dans un environnement international</li> <li>- Appliquer et respecter des règles et des normes liées à la gestion d'une organisation en appréhendant le cadre institutionnel, économique, légal, et</li> </ul>	

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION
	<p>social dans différents contextes organisationnels, et accompagner le développement d'affaires dans ces contextes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adapter sa communication à l'écrit et à l'oral, à un public cible (clients, fournisseurs, partenaires, etc.) et aux médias dans au moins deux langues étrangères</li> <li>- Mobiliser ses compétences linguistiques et culturelles pour la négociation tout au long de la chaîne commerciale</li> <li>- Gérer des projets commerciaux interculturels ou internationaux en s'appuyant sur une maîtrise de la langue, de la culture, de l'histoire et de la civilisation des pays concernés</li> <li>- Analyser les enjeux socio-économiques et le fonctionnement d'une organisation en contexte plurilingue ou international, afin de contribuer à son développement commercial</li> <li>- Développer des process, des démarches qualité et d'innovation, dans le respect des principes de déontologie et de responsabilité environnementale</li> </ul> <p><i>Dans certains établissements, d'autres compétences spécifiques peuvent permettre de décliner, préciser ou compléter celles proposées dans le cadre de la mention au niveau national.</i></p> <p><i>Pour en savoir plus se reporter au site de l'établissement.</i></p>	